



# L'esthésique et l'esthétique. La figuration de la saveur comme artification du culinaire

Jean-Jacques Boutaud

## ► To cite this version:

Jean-Jacques Boutaud. L'esthésique et l'esthétique. La figuration de la saveur comme artification du culinaire. Sociétés & Représentations, 2013, L'ratification du culinaire, 34, pp.85-98. halshs-01139379

**HAL Id: halshs-01139379**

**<https://shs.hal.science/halshs-01139379>**

Submitted on 4 Apr 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

BOUTAUD Jean-Jacques, « L'esthésique et l'esthétique. La figuration de la saveur comme artification du culinaire », *Sociétés et Représentations*, n°34, *L'artification du culinaire* (Evelyne Cohen et Julia Csergo, dirs.), 2013, p. 85-98

## L'esthésique et l'esthétique

### La figuration de la saveur comme artification du culinaire

Jean-Jacques Boutaud

L'art culinaire crée, par nature et par définition, une éthique du respect, dans la relation à l'aliment, et une esthétique de la composition, de la présentation. Ces relations de solidarité entre esthétique et éthique sont discutées depuis toujours, comme autant de ramifications complexes entre le sensible et l'intelligible. Pour Wittgenstein, « l'éthique et l'esthétique sont une seule et même chose » (Tractatus, proposition 6421), à condition, prévient Laplantine<sup>1</sup>, de penser non pas l'esthétique à partir de l'éthique, avec tous les risques de moralisation de la création artistique mais l'inverse, **lorsque** la forme produit de la valeur. Il y aurait déjà, à ce niveau, belle matière à méditer, pour décrire et analyser l'artification du culinaire. Mais la question vient s'enrichir d'un troisième terme qui reste trop souvent en retrait de ces polarités de base : l'esthésie, le monde des sens, des sensations, qui ont vocation à coopérer, si l'on retient la formule de Merleau-Ponty : « la synesthésie est la règle »<sup>2</sup>. Le rapport aux aliments active non seulement tous nos sens, mais il entretient un jeu complexe de correspondances, voire de permutations entre eux : on savoure des yeux, on touche du regard la surface des aliments qui préfigure, par exemple, les sonorités d'un croquant

Pour schématiser, se crée une relation fondamentale entre esthésie (les sensations), esthétique (les formes) et éthique (les valeurs), qui gouverne l'approche du monde sensible<sup>3</sup> et oriente une question aussi complexe que la représentation du goût, de la sensation gustative, de l'émotion gastronomique<sup>4</sup>.

Comment représenter la saveur ? Comment dire et figurer le goût, comme sensation, impression gustative ? Phénomène si délicat à traiter, si complexe à restituer, qu'il engage bien souvent un processus d'artification du culinaire pour représenter la saveur, en donner forme et image, contour et discours. Communiquer *sur* la saveur certes, mais mieux encore *communiquer la saveur*, comme si rien n'était rompu du contact direct avec l'aliment ou la perception des saveurs. Comme si l'image avait ce pouvoir indiciel de nier la coupure sémiotique pour travailler la « suture sémiotique »<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> François Laplantine, *Le social et le sensible. Introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre, 2005, 220 p.

<sup>2</sup> Maurice Merleau-Ponty, *Phénoménologie de la perception*, Paris, Tel Gallimard, 1976, 1ère éd. 1945, 531 p.

<sup>3</sup> Jean-Jacques Boutaud, Eliséo Veron, *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*, Paris, Hermès Lavoisier, 2007,

<sup>4</sup> Herman Parret, *Sutures sémiotiques*, Limoges, Lambert-Lucas, 2006, 150 p.

avec son objet. Comment décrire ce processus d'artification qui conjure l'absence, le manque, en l'occurrence celui de la saveur et des sensations gustatives en propre, pour figurer la dimension esthétique du goût et de la sensation culinaire ? Problématique centrale pour les chefs, pour l'édition gastronomique, les émissions culinaires, mais aussi pour la mise en scène et en vitrine des produits, et tous les discours documentaires ou didactiques qui ont recours à l'artification des images et des représentations pour décrire ce qui est le propre du goût, sinon la base même de la sensation gustative : la saveur, ce à quoi, ce pour quoi travaille le geste culinaire.

Du point de vue de l'artification, avant d'être sensation en bouche, l'aliment est représentation figurale (forme) et figurative (objet) qui préfigure, précisément, le goût, dans sa nature, son caractère (simplicité ou sophistication, nature ou artifice, terroir ou exotisme) et, idéalement, la saveur (sucré-salé ; doux-fort ; chaud-froid). Depuis toujours, le geste culinaire joue avec ce pouvoir de figuration et de préfiguration de la saveur, à travers la forme de l'aliment et des plats, soit pour servir la perception gustative et l'idéaliser (une belle présentation), soit pour la surprendre, la déjouer en quelque sorte, et mieux l'éveiller ainsi : trompe-l'œil, travestissement, forme énigmatique, autant de stratégies reprises par les chefs pour mettre le beau à la bouche. Au-delà ou en deçà d'une problématique générale de design culinaire<sup>5</sup>, se pose la question élémentaire et consubstantielle à la représentation du goût, de figurer la saveur. Un défi expressif et créatif si grand qu'il motive une démarche esthétique sur la voie de l'artification culinaire. Mais le cœur du phénomène sensible se situe bien au niveau esthétique.

Comment décrire, alors, ce processus d'artification du culinaire, lorsqu'en l'absence de contact direct avec les aliments, l'image doit figurer la saveur, figurer la sensation gustative ? Comment concevoir et articuler les relations entre esthésie (sensations), esthétique (formes) et éthiques (valeurs) quand elles travaillent à représenter la saveur, un processus de figuration si complexe qu'il stimule et réclame l'artification de l'image culinaire et gastronomique, bien au-delà du référentiel alimentaire ?

On l'aura compris, le cœur du processus d'artification, s'il est par définition esthétique, doit composer avec des stratégies de figuration en lien indiciel avec l'esthésie et les sensations gustatives. C'est pourquoi, plutôt qu'articuler le propos sur l'artification autour des genres de représentation alimentaire mimétiques du pictural (nature morte, scène de genre, image allégorique ou arcimboldesque), il est prioritaire de se concentrer sur l'esthésie et la figuration esthétique, si l'image de la saveur est mise en avant dans l'image culinaire et si cette figuration de la saveur motive le processus d'artification. Nous ferons l'hypothèse que les logiques de figuration déployées dans le registre esthétique, pour représenter la saveur, forment un système, avec des garanties de cohérence et d'homogénéité, dans les stratégies figuratives. Un système possible à articuler entre : l'esthésie, la synesthésie, l'hyperesthésie et... l'anesthésie, avec des ressources esthétiques liées à des formes de vie alimentaires (l'art de goûter pour le gourmet, l'art de composer avec la nature, de « nourrir sa vie », selon l'expression de François Jullien) sur le plan éthique, cette fois. Parcourons ces différents registres de valorisation esthétique qui, à vouloir donner une image de la saveur, servent l'artification du culinaire.

---

<sup>5</sup> Stéphanie Sagot, « De l'apéricube au design culinaire : quels imaginaires autour de la table », 6<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation : Société et consommations, 19-20 Mars 2007, Groupe ESC Rouen, consultable à l'adresse : <http://www.argonautes.fr/uploads/uploads/documents/StephanieSagot2007.doc>

## L'esthésie ou l'art de figurer le contact avec la saveur

Dans le *Sens gourmand*<sup>6</sup>, nous avons esquissé les grands traits figuratifs de « l'image gustative », autour de trois grandes dimensions : l'image de la saveur, ou dimension sensorielle et perceptive, par déploiement de sensations directes ou reproduites ; l'image de l'aliment, ou dimension figurative et discursive, par déploiement des représentations et des discours sur l'aliment ; l'image de la scène alimentaire, ou dimension pragmatique et performative, par déploiement de l'action et du contexte de « réception » de l'objet alimentaire, si l'on peut s'exprimer ainsi.

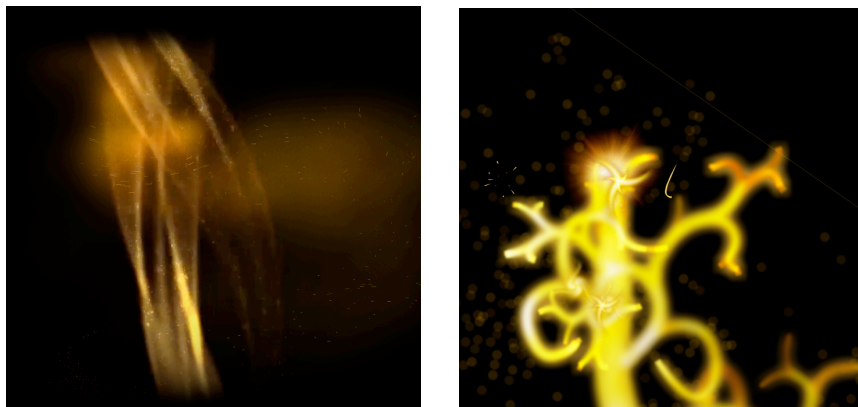
Au fondement de toute représentation de l'objet alimentaire se trouve donc la représentation sensorielle. Un phénomène possible à concevoir, dans la mesure où les sensations intéroceptives du goût, la sensation gustative, ont déjà le pouvoir de faire image. Dans sa présentation du « cerveau gourmand », en bon spécialiste des neuro-sciences, André Holley rappelle que, de la sensation à la perception gustative, s'opèrent des mécanismes de production d'*images sensorielles*, de *formes sensorielles*, d'*activités perceptives*. Tous ces mécanismes relèvent, bien sûr, d'activités cognitives et cérébrales, mais nous pouvons faire l'hypothèse que cette fabrique d'images internes traduit le pouvoir d'iconicité de la sensation et que ce pouvoir d'iconicité peut se traduire ensuite dans l'image, au sens plastique et visuel. Par exemple, suivre le trajet de la sensation gustative, de sa naissance ou de l'explosion aromatique, jusqu'à l'expansion la plus large ou accomplie de la sensation de goût, en général ce sentiment de plénitude et de complétude d'une progression de la saveur et du goût qui tend vers un équilibre, équilibre d'une forme dynamique et vivante, équilibre eidétique. La sensation semble prise dans un jeu de force jusqu'au moment où elle trouve sa forme idéale, équilibrée.

C'est très exactement ce que tente de restituer le site *L'Or Espresso* ([www.experiencelorespresso.com/#/fr/experience/live](http://www.experiencelorespresso.com/#/fr/experience/live)). Entre deux ponctuations, inchoative (« Vous allez maintenant déguster un espresso *L'OR espresso* ») et terminative (« Vous savez maintenant ce que procure une dégustation de *L'OR Espresso* »), nous assistons au trajet de la saveur, de la sensation gustative, par constellations de points visuels et de ponctuations sonores pour figurer les premières impressions sensorielles. Puis des formes rhizomatiques en déploiement, en déplacement, à l'image d'une sensation interne qui nous parcourt. Formes abstraites, certes, mais figuration explicite du mouvement, de l'expansion des « notes » aromatiques, dans le syncrétisme du visuel et du musical. Une symphonie d'arômes et de saveurs, en quelque sorte, associée à la formation d'images et de sons qui accèdent à l'air divin de Norma, Casta Diva.

---

<sup>6</sup> Jean-Jacques Boutaud, *Le sens gourmand*, Paris, Jean-Paul Rocher éditeur, 2005, 200 p.

<sup>7</sup> André Holley, *Le cerveau gourmand*, Paris, Odile Jacob, 2006, 254 p.



ill. n°1 – [www.experiencelorespresso.com/#/fr/experience/live](http://www.experiencelorespresso.com/#/fr/experience/live)

Au-delà de la sensation interne, il est donc plus juste de parler d'*activité perceptive* qui se forme et donne à la communication un premier espace figuratif matérialisé par les images sensorielles qui s'en détachent. L'exemple du café n'entre pas, à proprement parler, dans l'espace du culinaire. Mais le site de *l'Or Espresso* constitue sans doute l'une des expériences figuratives les plus abouties pour traduire, de façon créative, une sensation gustative. C'est pourquoi nous le retenons comme exemple emblématique des possibilités de figurer la saveur et d'illustrer la relation indicielle entre une sensation qui fait image et l'image de la sensation, qui ouvre des perspectives à l'artification du culinaire.

À partir de cet éclairage, il nous faut maintenant donner un exemple plus directement inscrit dans l'imagerie culinaire, avec cette même prétention à « révéler », dans l'image ou la représentation (muséale, par exemple), les traits esthétiques de la saveur. Sous cette dimension dominante de l'esthésie, la forme prend vie, la sensation agit en nous. C'est moins la forme que la formation des images, à partir d'une empreinte sensorielle. Pour en donner l'illustration, nous reprendrons l'exemple tout à fait paradigmatique, retenu par Stéphanie Sagot et Jérôme Dupont, au sujet de « Michel Bras : un cuisinier plasticien ? »<sup>8</sup>, en rapportant ses propos sur sa *Lotte pochée aux olives noires*, une « lecture » du terroir de l'Aubrac : « Ce que je souhaitais traduire, c'est un peu ce que l'on ressent aujourd'hui, la densité de l'ombre et ces rais de lumière... J'ai réussi à capter les pigments de l'olive noire qui est brillante et dense. J'ai ainsi tout à fait mon rapport à l'ombre, tandis que je suis fasciné par la translucidité de la lotte, brillante et nacrée » (Michel Bras)<sup>9</sup>. Et les commentateurs de noter, alors que les ingrédients ne sont en rien liés au terroir de l'Aubrac : « C'est la plasticité de ces matériaux culinaires qui permet de les transcender et qui constitue ainsi l'essence de cette recette. Couleur et texture se font ingrédients et motivent cette composition, cet assemblage, en lui donnant toute sa saveur »<sup>10</sup>. Voici un résumé ou un condensé parfait de la relation esthétique à la saveur, sous des traits expressifs et figuratifs.

---

<sup>8</sup> Stéphanie Sagot, Jérôme Dupont, « Un postmodernisme culinaire ? Mise en œuvre et mise en scène chez Michel Bras et Ferran Adrià », *Scènes et scénographies alimentaires*, dir. Jean-Jacques Boutaud et Serge Chaumier, *Culture et Musées*, n° 13, 2009, pp.71-89.

<sup>9</sup> Stéphanie Sagot, Jérôme Dupont, *id.*, p. 78.

<sup>10</sup> Stéphanie Sagot, Jérôme Dupont, *id.*, p. 75

## La synesthésie ou l'émancipation du sensoriel dans l'image

Version poétique, le lieu commun de la synesthésie nous ramène toujours à Baudelaire et ses « Correspondances » : « Les parfums, les couleurs et les sons se répondent ». Versant philosophique, on pense à Merleau-Ponty : « La perception synesthésique est la règle, et, si nous ne nous en apercevons pas, c'est parce que le savoir scientifique déplace l'expérience et que nous avons désappris de voir, d'entendre et, en général, de sentir ». Et d'ajouter : « Les sens communiquent entre eux, en s'ouvrant à la structure de la chose »<sup>11</sup>. Autrement dit, l'image de la saveur donne à voir, déjà, formes et couleurs, relations et proportions, positions et orientations, qui se détachent de la perception mais engagent, aussitôt, dans le sentir et le *toucher* fondamental, des relations plus complexes de correspondances, expansion, contagion, permutation.

D'une forme visuelle de l'objet alimentaire, nous étions déjà passés à la figuration esthétique de la saveur. Nous voilà dans l'expansion figurative du plurisensoriel, du polysensoriel, avec l'image synesthésique de la saveur. Le voir engendre le sentir du croquant, le moelleux de la texture, le chaud de la matière, sa densité ou sa légèreté. La forme se transforme, métonymie du glissement et de la contiguïté, métaphore et métamorphose. Le premier niveau synesthésique s'appuie sur les dimensions expressives de l'objet, en perception directe ou à travers les images : associer couleur ou lumière et goût, forme et goût, texture et goût, proportion et goût, etc. Au-delà, c'est la dimension trinitaire de l'objet alimentaire, comme forme sensible et sémiotique, telle que la présente Benoît Heilbrunn<sup>12</sup>, qui contribue au déploiement sensoriel de la perception synesthésique. Sont alors mobilisées, dans la perception directe de l'objet, à portée de main, ou par la médiation de l'image : les dimensions physiques et sensorielles qui renvoient essentiellement aux propriétés matérielles de l'objet, à ses aspects tangibles et directement appréhensibles au plan sensoriel (proportions, formes, couleurs, effets de matière, etc.) ; la dimension narrative ou *rhétorique* qui concerne la forme et la force argumentative, persuasive ou poétique du discours tenu par l'objet et sur l'objet, dans son apparition, sa présentation, « une fonction de sémantisation d'autant plus essentielle que la capacité discriminatoire des consommateurs est faible »<sup>13</sup>. Dimension discursive assumée par la simple mention poétique d'un plat au menu ou l'arsenal rhétorique d'un livre d'art gastronomique qui saura mobiliser les ressources combinées d'un mot et d'une image, d'une image typographique et d'une figure rhétorique associée à la figuration picturale d'un aliment ; enfin, pour prolonger les potentialités de la perception synesthésique, une dimension pragmatique liée au faire ou à l'expérience, même inédite, du sujet dans sa relation à l'objet alimentaire : usages et pratiques gestuelles, corporelles, conatives (faire, passer à l'acte), orchestrées autour des rituels d'acquisition, de circulation des objets et de consommation.

Prenons pour exemple une image et un objet qui entrent, pour Pierre Hermé, dans la sphère du design culinaire, bien qu'il soit très sceptique sur les possibilités offertes dans ce domaine<sup>14</sup>. C'est l'image de *La cerise sur le gâteau* (ill. n°2 : [www.pierreherme.com/la-cerise-sur-le-gateau.html](http://www.pierreherme.com/la-cerise-sur-le-gateau.html)). À bien y regarder, l'objet *impressionne* par sa taille, pas moins de 18 cm de haut et la forme d'un triangle, d'une tranche monumentale (dimension physique). La désignation de l'objet, élevée en titre de

---

<sup>11</sup> Maurice Merleau-Ponty, *op. cit.*, p. 265.

<sup>12</sup> Benoît Heilbrunn, « La cène gourmande ou la liturgie pâtissière de Pierre Hermé », *Scènes gourmandes* (dir. Jean-Jacques Boutaud), Paris, Jean-Paul Rocher, 2006, p. 201-209

<sup>13</sup> Benoît Heilbrunn, *id.*, p. 202.

<sup>14</sup> « Le design culinaire n'existe pas. Et pour cause : il n'y a pas beaucoup d'exemples de design qui portent directement sur le goût. Sur les emballages, sur l'environnement, oui. Sur le goût, non » (Caroline Champion, *Hors d'œuvre. Essai sur les relations entre arts et cuisine*, Paris, Menufretin, 2010, 159 p.) Scepticisme partagé par le photographe culinaire Thomas Duval : « Quant au goût en photographie, personnellement, je n'y crois pas : le goût d'un plat n'est jamais dans la photo, mais dans les références à notre enfance ou à des choses que l'on connaît, que l'on a déjà goûtées » (Champion, *ibid.*, 134).

création : *La cerise sur le gâteau* de Pierre Hermé, joue sur la double isotopie, entre une cerise posée en propre, littéralement, sur la tranche verticalisée du gâteau, et, au figuré, avec l'image de la cerise comme signe de perfection, détail ultime au sommet d'une création unique, épurée (dimension rhétorique) ; on aura remarqué les petites lignes de découpe, qui préfigurent la nécessité de coucher la tranche pour la partager, et de procéder à une découpe régulière selon des lignes de partage identifiées, identifiables (dimension pragmatique). La perception esthétique relève donc, prioritairement, du sensoriel, mais se soutient de toutes ces dimensions sensibles qui entrent dans le geste créatif d'une composition, déjà visuelle, susceptible de nous toucher et nous émouvoir (« une forme simple et spectaculaire, qui fasse rêver », P. Hermé). L'art de nous émouvoir convoque des phénomènes de nature complémentaire, bien décrits par Herman Parret<sup>16</sup> dans ses analyses esthétiques, entre la *synesthésie*, la transposition des sens, et le *syncrétisme*, jonction de plusieurs modes de manifestation dans l'expérience réelle et suggérés, remémorés dans l'image. Opposition élargie à la *synergie*, état de fusion qui trouve sa meilleure expression rhétorique dans l'*hypotypose*, lorsque l'image tient lieu de la chose, un processus vital dans notre cas de figure appliqué à la saveur.



ill. n° 2 - [www.pierreherme.com/la-cerise-sur-le-gateau.html](http://www.pierreherme.com/la-cerise-sur-le-gateau.html)

On nous reprochera peut-être de nous placer sur un terrain comme la pâtisserie, à la fois bien commode pour aborder le processus d'artification, et un peu en marge, à l'égard du culinaire. On sait, en effet, que la pâtisserie, se définit mieux que tout aliment, en *composition*, en *création*, soumis au jugement et à la consommation esthétiques, en tant que formes explicitement culturelles (produits travaillés, soignés et parfois même signés, stylisés : « gâteau de chez... ») et « aliments informels », selon l'expression de Claude Fischler, sans nécessité autre que le luxe du plaisir gourmand, au-delà de tout besoin nutritionnel<sup>17</sup> (Champion, *ibid.*, 113). Mais nous faisons ici de l'objet pâtissier un signe emblématique du processus d'artification qui opère en fait un double mouvement : de mise à distance du sujet, par sacralisation de la forme et muséification de l'objet qui se singularise, avant tout, dans ses dimensions plastiques et esthétiques<sup>18</sup> ; de négation aussi, de la coupure sémiotique, par la charge indicelle d'un objet perçu directement ou par la médiation d'une image, avec tout le potentiel synesthésique d'une présence et d'une puissance expressive qui éveillent les sens. Un travail de préfiguration du goût particulièrement soigné par les chefs, avec la présentation ou, pour mieux dire, la composition en assiette.

<sup>16</sup> Herman Parret, *op. cit.*

<sup>17</sup> Caroline Champion, *op. cit.*, p. 113

<sup>18</sup> « La muséification de l'objet pâtissier vise à réintroduire de la distance (et donc du désir) mais aussi une épaisseur temporelle. La sacralisation de la pâtisserie procède de cet effet de distance qui l'enveloppe un effet d'aura et d'un magnétisme propre à la glorification du travail d'artiste dans une ère de reproductibilité technique » (Heilbrunn, *op. cit.*, p. 206).

## L'hyperesthésie ou l'art de transfigurer la matière

L'un des traits de l'hypermodernité alimentaire concerne la recherche permanente de l'esthétisation des aliments et, par chiasme, « l'esthétisation de la vie quotidienne par l'alimentation »<sup>20</sup>. S'impose le régime triomphant du « look and feel » touchant, au-delà du périmètre alimentaire, tous les domaines investis par le design, c'est-à-dire pratiquement tous les registres de nos expériences quotidiennes. Cette société hypermoderne s'accommode de la déconstruction, individualise, atomise et recompose, selon des régimes sensibles ouverts aux contrastes, aux contradictions, de sorte qu'il est difficile de figer le rapport à l'alimentation sous les traits d'un comportement dominant. On s'inquiète du nomadisme, du snacking, du grignotage, de la gadgétisation des aliments, mais, aux antipodes, le mangeur n'a jamais fait autant figure d'esthète, en recherche d'émotions, d'expériences et, avant tout, de sensations quand elles ouvrent des pistes sur le sens des aliments et de nos relations au plaisir culinaire, gastronomique. Plus que jamais, le mangeur esthétise son rapport aux aliments, à la cuisine (comme lieu et comme pratique), à la table.

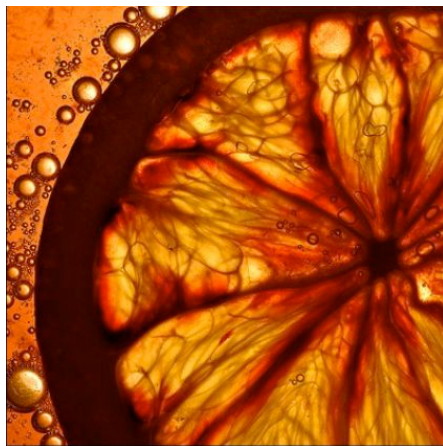
Dans ce contexte où domine la recherche de sens et d'émotions, au-delà du design culinaire, le processus d'artification se conçoit aussi dans le pouvoir de *transfigurer* - le terme prend ici toute sa valeur par rapport au primat du figuratif - l'image et la représentation de l'aliment. La dimension esthésique qui organise notre champ de vision sur l'image de la saveur, conduit maintenant à considérer une nouvelle option figurative et sensible : l'*hyperesthésie*. Le terme, un peu barbare, pourrait avoir en commun avec l'hyper-modernité le goût de l'emphase et du superlatif, pour grossir les traits sensibles d'un aliment qui met l'eau à la bouche ou que l'on dévore des yeux, si l'on reprend des syntagmes de sens commun. Les affiches publicitaires ou les faces des packagings utilisent à l'envi ces hyperboles visuelles des aliments, avec le goût de la mise en scène pour grossir les effets proxémiques ou haptiques (sensations de toucher), d'objets gourmands à portée de main ou amplifiés par la réalité augmentée d'un très gros plan. Sous cet angle, il n'y aurait rien d'inconcevable ou d'irrecevable à retenir ces hyperboles, pour certaines, comme des formes d'artification du culinaire, consécration de belles images des aliments. Mais l'alibi commercial et l'encombrement du discours de marque, sur les packs ou les affiches, trahissent bien souvent le goût de l'artifice, avant l'art, la surenchère du signe, plutôt que la chair du symbole incarné dans la forme et la matière. C'est pourquoi l'image publicitaire peut fasciner, sous les traits hyperboliques d'aliments séducteurs *transfigurés*, mais agacer aussi, à force de grossir les traits et déformer le réel, ce qui n'engendre que déception, une fois le pack ouvert ou l'aliment découvert.

L'hyperesthésie peut néanmoins aller plus loin dans la prétention figurale (formes) et figurative (objets) à représenter la saveur. Tout particulièrement lorsque l'effet optique de rapprochement avec la matière, voire d'immersion dans la matière, figure le contact indiciel avec l'essence et la quintessence du goût. Lorsque le regard perce la surface de l'aliment et pénètre un monde de formes, de couleurs et de lumière qui relève, à l'évidence, d'une autre *nature*, dans le rapport à l'objet de goût, à l'univers intime et microscopique de la saveur. L'hyperesthésie comme conversion du regard, opération au service d'une vision à la fois en *macro* et en *micro*, comme il apparaît dans cette nouvelle illustration extraite du site de Mathilde de l'Ecotais, photographe plasticienne qui plonge au cœur des aliments et les dématérialise (ill. 3).

---

<sup>20</sup> François Ascher, *Le mangeur hypermoderne. Une figure de l'individu éclectique*, Paris, Odile Jacob, 2005, p. 212.





ill. 3 : orange — Mathilde de l'Ecotais - [www.mathildedelecotais.com](http://www.mathildedelecotais.com)

À l'opposé d'une image superficielle ou artificielle, on voit combien la démarche de la plasticienne cherche à capter, pour reprendre le titre de son ouvrage, « l'essence du goût »<sup>21</sup>. L'hyperesthésie a pour effet de construire et déconstruire la forme, de conjuguer fixité et mouvement, de permuter le *micro* et le *macro*, infiniment petit et infiniment grand. Jeu combiné de l'optique, du phatique et de l'haptique. La forme s'anime, la saveur prend naissance, le goût trouve sa quintessence. Un phénomène que l'on pourrait qualifier d'indiciel, d'**antéprédicatif** (Bougnoux), comme si le contact avec la matière était maintenu et que l'image pût conjurer l'absence de l'objet réel. Pour décrire le même phénomène, Floch parle d'image substantielle<sup>22</sup> : « On a l'impression que le produit avance vers soi, jusqu'à pouvoir le toucher. De fait, l'image substantielle privilégie les valeurs tactiles. Gros plans, netteté absolue des traits et des formes, rapport souvent frontal »<sup>23</sup>.

Ici, le processus d'artification mis en œuvre dans le regard photographique et l'expression plastique va plus loin. Il ne vise pas moins que l'essence du goût comme forme vivante, métaphore, métamorphose et même anamorphose, pour ce que l'on peut déjà en juger à partir de l'illustration choisie. L'oculaire annonce l'oraculaire, la figure préfigure le goût, du cœur même de la substance où tout s'origine. Ainsi s'incarne la conversion du regard sur l'aliment, à la fois objet de pure nature, et cosmos prêt à nourrir l'alchimie du goût. C'est pourquoi, s'il y a mouvement, à ce niveau des profondeurs où se prépare, se vit la réflexivité du goût, du « sentir » le plus intime de notre rapport aux aliments, il en appelle moins à la *kinesis*, au déplacement physique et spatial, qu'à la *métabole*<sup>24</sup>, transformation interne et substantielle. Voilà pourquoi la saveur prend corps et peut déployer un théâtre de sens qui se révèle en nous, jusqu'à évoquer l'âme d'un aliment, d'un plat.

### **L'anesthésie ou l'être en puissance de la saveur**

---

<sup>21</sup> Mathilde de l'Ecotais et Jean-Baptiste de Panafieu, *L'essence du goût*, Paris, Editions du Rouergue, 2011, 192 p.

<sup>22</sup> Jean-Marie Floch, *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF, 1990.

<sup>23</sup> Jean-Marie Floch, *id.*, p. 208.

<sup>24</sup> François Laplantine, *op. cit.*

À ce stade de l'analyse, nous faisons l'hypothèse que le terme d'*anesthésie* est reçu avec toute la dynamique d'un **plan de projection, de représentation à la fois visuelle et mentale**, organisé d'entrée autour de l'esthésie. L'anesthésie vient maintenant compléter le système qui nous paraît œuvrer au niveau figuratif, pour représenter la saveur, sans renvoyer, précisément d'image négative, privative. Dans le prolongement et la logique de notre démarche, l'anesthésie vient signifier le temps d'arrêt, la suspension, l'apparaître de la forme la plus élémentaire ou dépouillée qui, loin d'être associée au vide ou à l'absence, figure l'être en puissance de la saveur.

Rien de paradoxal à imaginer la force sensible et, en dernière instance, la dimension esthétique d'une image qui relève, dans notre schéma, de l'anesthésie. La peinture nous a familiarisé avec ce processus en apparence contradictoire, au point que la « nature morte » des uns est la *still-life* des autres, selon le point de vue, l'angle de vision sur la nature ou le caractère intime des objets. Par mimétisme avec le genre pictural, et en conscience des ressources esthétiques offertes, le goût pour les natures mortes alimentaires s'est largement développé. Ce n'est pas un hasard si un ouvrage comme l'Art gourmand<sup>25</sup> s'ouvre sur « la nature morte dans l'histoire de l'art », avant d'établir le lien entre physique des aliments et métaphysique du goût que transportent les saveurs réelles ou imaginaires. Comme genre, la nature morte alimentaire s'est particulièrement bien installée dans la grammaire de base de l'imagerie culinaire des blogs et des magazines. Dispositif de figuration minimale, avec l'assiette et les ingrédients, ensemble ou séparément, sans prétendre au geste artistique que nous venons d'identifier avec l'image à caractère substantiel, visant la quintessence du goût. La nature morte alimentaire garde ici, selon une vocation plus référentielle que substantielle, un lien plus affirmé avec **un genre pictural établi** qu'avec une ambition esthétique à dire quelque chose en profondeur. L'image du blog culinaire, pour prendre cet exemple, n'a pas d'autre ambition, dans les situations les plus courantes, que de représenter un plat ou des aliments, de façon réaliste ou « naturelle », sans effets, ni artifices. Il s'agit donc bien d'une forme d'anesthésie, de retenue dans les effets visuels et sensoriels pour figurer la saveur, dans la mesure où le dispositif se veut minimal et presque transparent pour donner, malgré tout, une *bonne image* de l'aliment, simple et dépouillée.

Rien à voir, donc, avec la démarche artistique d'un Thomas Duval, dont le fameux travail avec un grand Chef comme Ducasse a permis de retrouver, par exemple, en retirant l'assiette et en donnant aux aliments un grand pouvoir expressif, toutes les vertus esthétiques et symboliques de la nature-morte ([www.thomasduval.com/spoonvert.html](http://www.thomasduval.com/spoonvert.html)). Par contrepoint, on sait combien l'image d'une assiette bien remplie, presque toujours informe, où s'entassent des éléments de nature différente, aussi bonne soit-elle dans la réalité, donne l'image d'un magma au mieux disgracieux, au pire dégoûtant, ce qui désespère ceux qui veulent garder une trace de leurs expériences culinaires.

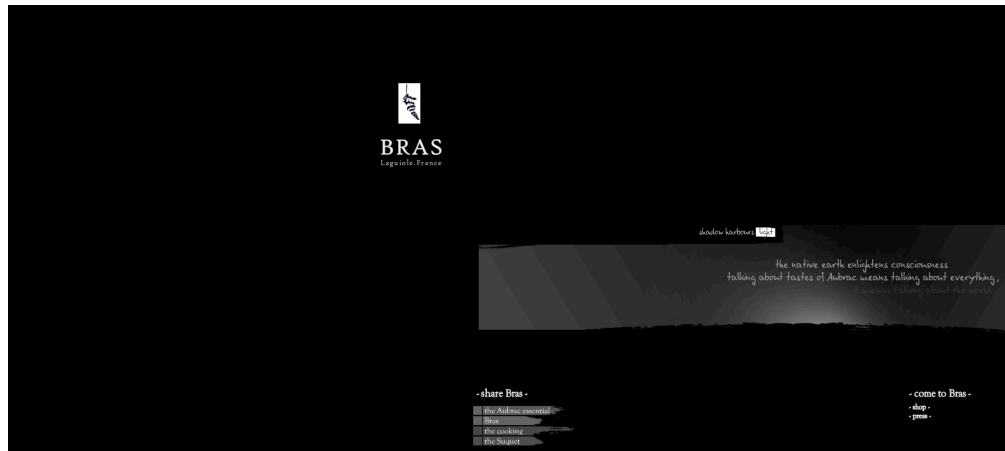
Sur le mode de l'anesthésie, l'effacement de l'objet est pratiquement toujours redoublé par l'effacement du sujet. L'ontologie de la présence, de l'essence, doit s'inscrire tout entière dans l'objet, sa substance, sa forme, sans qu'un sujet ne vienne altérer cette relation proximale et exclusive qui privilégie la sensation gustative, en propre, pour soi, et non par procuration ou médiation d'un tiers. La notion d'anesthésie, par effacement de l'objet ou du sujet, n'a donc rien d'étonnant comme mode d'énonciation privilégié. On pourrait même y associer « l'éloge de la fadeur »<sup>26</sup> qui neutralise le signe gustatif, son arrogance ou son emphase, pour en exprimer davantage la manifestation dans l'effacement et la discrétion : « Plutôt que d'être une notion, la fadeur symbolise une certaine balance, un moment intermédiaire, un stade transitoire et toujours menacé. Transitoire entre ces deux pôles : celui d'une manifestation trop tangible, stérilisante et bornée, et celui d'une trop grande évanescence, quand tout s'efface et se fait oublier. Pris entre le danger de trop signaler et celui de ne

---

<sup>25</sup> Ekkehard Mai, Sybille Ebert-Schifferer, Paul Beusen, *L'art gourmand*, Bruxelles, Snoeck-Ducaju & Zoon, 1996

<sup>26</sup> François Jullien, *Eloge de la fadeur*, Paris, éditions Philippe Picquier, 1991.

plus exister du tout comme signe, le signe fade est à *peine* un signe : non pas une totale absence de signe, mais un signe qui est en train de se vider de lui-même, commence à s'absenter. Indices d'harmonie invisible, traces disséminées »<sup>27</sup>. Sur le plan figuratif, cela se traduit par l'effet glacé, épuré, aseptisé même, des images alimentaires qui, de catalogue en livre d'art culinaire, explorent les ressources du dépouillement, dans la forme, pour laisser place à l'émotion gustative dans ce qu'elle a de plus essentiel, substantiel et pur.



ill. 4 : [www.bras.fr/fr\\_site\\_noire.htm](http://www.bras.fr/fr_site_noire.htm)

Mais on voit ici, à travers la page d'accueil de Michel Bras, que ce travail d'anesthésie peut prendre la forme d'une grande tache, sinon plage noire, parcourue horizontalement de bandes monochromes, et marquée de quelques ponctuations graphiques et lumineuses. Image d'un goût naissant, évanescent, monde auroral de la saveur qui émerge du monde naturel, à la fois vide et trop plein, d'où la sensation gustative va pouvoir se détacher et atteindre tous les niveaux de transcendance que l'on peut imaginer.

À suivre ces différentes stratégies discursives, figurales et figuratives, on voit que la saisie esthétique se détache comme le phénomène majeur, pour exprimer, en image, la sensation gustative. Cela passe par des voies multiples, voire contradictoires, plus sûrement complémentaires et interdépendantes. De l'hyperesthésie à l'anesthésie, de l'emphasis du signe gustatif à son effacement, sa neutralisation, pour mieux exprimer ou restituer la sensation en propre. De la simple gestalt aussi, forme géométrique qui nous travaille malgré tout à la forme vivante, *métabolè* qui opère par transformation et métamorphose. L'artification du culinaire, à travers l'image esthétique de la saveur, et au-delà de la sophistication des termes pour décrire un processus figuratif complexe, nous porte à sentir, le plus simplement du monde, combien la forme discrète et intime d'un aliment révèle toujours une forme de vie, une éthique, qui, si elle s'enrichit du contact avec les images, s'ouvre à la réflexivité. Voilà pourquoi on se laisse *prendre* par les images, tout particulièrement quand elles prennent source et vie dans nos sens, avec leur pouvoir figuratif. A cet égard, le goût, profitant à plein des ressources esthétiques pour déployer son image esthétique et synesthésique, n'en finira jamais, par la force des

<sup>27</sup> François Jullien, *id.*, p. 124.

images, de donner saveur à notre existence, pour idéalement, comme le dit François Jullien, « nourrir notre vie »<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> François Jullien, *Nourrir sa vie. A l'écart du bonheur*, Paris, Seuil, 2005.

## Résumé :

*L'artification du culinaire met en scène, dans la représentation des aliments, des dimensions à la fois éthiques, attachées à la valeur, et esthétiques, attachées à la forme. Mais une troisième dimension doit être prise en considération : l'esthésie et, plus encore, la synesthésie, dans la mesure où tous les sens sont mobilisés dans le contact avec les aliments. Mais à travers l'image, ce contact direct est rompu, une difficulté majeure se présente pour figurer ce qui apparaît comme le cœur de l'expérience sensible : l'expression de la saveur. Dans un contexte d'artification, il est intéressant de voir comment l'image joue avec la figuration de ces propriétés sensibles, esthétiques, pour représenter et se représenter la sensation de goût et la force de séduction des aliments.*

## Résumé en anglais

*Both ethical (value-based) and aesthetic (form-based) dimensions are used to represent foodstuffs in culinary "artification". As is an all-important third dimension: that of aesthetics, or rather of synaesthetics, since foodstuffs play on all of our senses. However, this direct contact is lost if an image is used, and it becomes very difficult to convey what appears to be the central element in the sensory/sense-making experience ("expérience sensible"): the expression of flavour. When studying "artification", it is interesting to see how the image affects the way these sensory/sense-making aesthetic elements take form, in order to represent (both to oneself and to others) the sensation of taste and the attractiveness of foodstuffs.*

Jean-Jacques Boutaud est Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, à l'Université de Bourgogne. Il dirige l'équipe 3S (CIMEOS, EA 4177). Ses recherches concernent principalement les relations sémiotique et communication, tout particulièrement sous l'attraction du sensoriel et du sensible. Principaux ouvrages : *Sémiotique et communication*. (1998) ; *L'imaginaire de la table* (2004), chez L'Harmattan (Paris) ; *Le sens gourmand* (2005, Jean-Paul Rocher, traduit en italien, ETS, 2011) ; *Scènes gourmandes* (2006, Jean-Paul Rocher) ; *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication, avec Eliseo Veron* (Hermès Lavoisier, 2007), *Un monde devenu food ?* (Editions de l'Armençon, 2010). A paraître : *Sémiotique, mode d'emploi*, avec Karine Berthelot-Guiet, Le bord de l'Eau.